

سبک تبلیغ



کج‌سلیقگی در تبلیغ اجناس بنجل به نام کالای ایرانی

کالای ایرانی آفتابه‌ولگن نیست!

■ مهدی ارجمند

نشسته‌ام روبه‌روی تلویزیون و در بین پخش یک سریال، شاهد پخش پیام‌های بازرگانی هستم. تبلیغاتی رنگارنگ که هر کدام سعی می‌کند با استفاده از شیوه‌ای تأثیرگذار مخاطب را برای خرید و استفاده از کالا و خدمات مورد نظر ترغیب کند.

در لابه‌لای آگهی‌های رنگارنگ و پیام‌های بازرگانی جورواجور که اتفاقاً مدت زمان پخش آن هم بسیار طول می‌کشد، شاهد تبلیغات کالاهایی ضعیف با درجه کیفیت بسیار پایین هستم که به اسم کالای ایرانی از صدا و سیما پخش می‌شود و چنان با آب و تاب از کیفیت و

۱) شأن کالای ایرانی را پایین نیاوریم

در تبلیغات صدا و سیما یک نوع کج‌سلیقگی محرز درباره معرفی کالاهای ایرانی به چشم می‌خورد. گاه از صدا و سیما کالاهایی تبلیغ می‌شود که این کالاهای شدت ضعیف هستند و اصلاً نباید اجازه داد به اسم کالای ایرانی تولید شوند چه برسد به این که تبلیغ نیز بشوند.

باید قبول کنیم که کالای ایرانی آفتابه و لگن نیست و وقتی صحبت از کالای ایرانی و ضرورت تولید و مصرف کالای ایرانی می‌کنیم به معنای این نیست که هر کالایی را به هر قیمتی به اسم کالای ایرانی تبلیغ کنیم و به فروش برسانیم.

به طور حتم کالای ایرانی باید کالایی برخوردار از کیفیت و اصالت باشد نه کالایی که توسط هر فرد غیرمتخصصی می‌توان آن را تولید کرد. با این حال وقتی پای پول وسط باشد صدا و سیما نیز در کج‌سلیقگی آشکار کالاهایی را تبلیغ می‌کند که شأن کالای ایرانی را به شدت تنزل می‌دهد و اعتماد مردم به مصرف کالای ایرانی را کم‌رنگ می‌کند.

بگذارید راحت صحبت کنیم، ظرف نگهدارنده رب، گیره و چفت کشوی کابینت، کفپوش کف ماشین، پوشک بچه و... ماهیتابه و قابلمه کاملاً معمولی و... اینها آیا واقعاً کالاهایی هستند که به اسم کالای با اصالت ایرانی باید از صدا و سیما تبلیغ شوند؟

در حالی که در استان‌های مختلف، تولیدکنندگانی هستند که کالای باکیفیت ایرانی تولید می‌کنند و هیچ‌گاه هم حمایت و معرفی نشده‌اند چراکه پول چند صد میلیونی برای تبلیغ کالاهای خود از صدا و سیما دارند.

کالاهایی در گوشه گوشه کشور تولید می‌شود که واقعاً باکیفیت و دارای اصالت است، آن وقت نباید هر کالای بنجلی را به نام کالای ایرانی تبلیغ کرد، وقتی صحبت از کالای تولید داخل می‌کنیم نباید کالای بنجل و بی‌کیفیت را به اسم کالای ایرانی معرفی کنیم، این خیانت و ضربه‌ای مهلک به پیکره تولید ملی است.

وقتی اسم کالای تولید داخل با اسم کالای بنجل مترادف شود دیگر نمی‌توان انتظار داشت که فرهنگ استفاده از کالای داخلی ترویج شود، واقعاً نباید طوری رفتار کنیم که همگان فکر کنند کالای ایرانی آفتابه و لگن است!

با تعصب تولید و حمایت کنیم

رهبر معظم انقلاب در روز اول فروردین در حرم مطهر رضوی درباره اهمیت حمایت از کالای ایرانی یک مثال فوتبالی زیبا آوردند و گفتند: «ما نسبت به اقتصاد ملی خودمان باید تعصب داشته باشیم؛ مصرف جنس خارجی یکی از عیوب مهم ما است؛ ما با یستی تعصب داشته باشیم نسبت به مصرف داخلی و جنس داخلی و اقتصاد ملی‌مان. جوان‌های ما تعصب دارند نسبت به فلاں تیم

فوتبال؛ یکی طرفدار تیم قرمز است، یکی طرفدار تیم آبی است، [آن هم] با تعصب؛ و حتی آفتعب به! تیم‌های خارجی؛ یکی طرفدار تیم رئال است، یکی طرفدار تیم آدیدز!، اینها تعصب نسبت به این تیم‌ها دارند؛ اگر همین مقدار و همین اندازه تعصب را نسبت به اقتصاد ملی و تولید داخلی داشته باشیم، بسیاری از کارهای ما اصلاح خواهد شد.»

کاملاً مشخص است که وقتی قرار است مانند یک طرفدار باتعصب فوتبالی به حمایت از کالای ایرانی بپردازیم؛ این را باید تولید و معرفی شود که کیفیت لازم را داشته باشد و گرنه نباید انتظار داشت از کالای بی‌کیفیت که شأن تولید ملی را پایین آورده مانند یک طرفدار باتعصب حمایت کرد، پس در واقع تولید هم باید با تعصب باشد.

رهبر فرزانه انقلاب در همان سخنرانی درباره شعار سال ۹۷ فرمودند: «شعار امسال، هم خطاب به مسئولین است، هم خطاب به مردم است. شعار امسال [حمایت از] کالای ایرانی است. کالای ایرانی یعنی محصول نهایی کار و سرمایه و فعالیت اقتصادی و ذهن و ابتکار و همه چیز. سرمایه‌گذار با سرمایه خود، کارگر با کار خود، طراح با ذهن خود و با دانش خود، اینها همه تلاش می‌کنند و محصول آکار آنها] می‌شود کالای ایرانی. بنابراین چیز باعظمتی است، چیز بسیار مهمی است؛ این را با یستی حمایت کرد. در حمایت از این کالای ایرانی – که محصول تلاش فعالان اقتصادی و فعالان کارگری و سرمایه‌گذاران و برنامه‌ریزان و طراحان و مانند اینهاست– هم مردم نقش دارند به‌عنوان تولیدکننده کالای ایرانی، هم مردم نقش دارند به‌عنوان مصرف‌کننده کالای ایرانی؛ هم باید تولید کنند، هم باید مصرف کنند؛ هم باید در تولید تلاش کنند – که حالا عرض می‌کنم کارهایی را که باید انجام بگیرد– هم باید در مصرف مراقبت بگیرند که کالای ایرانی مصرف کنند و این هم یک وظایفی را بر عهده مردم و بر عهده مسئولین دولت قرار می‌دهد؛ مخاطب این شعار، هم مردمند، هم مسئولانند. خب چه‌جوری حمایت بگیریم؟ این حمایت اولاً به‌صورت افزایش تولید است؛ که به‌عهده مسئولین دولتی است– برنامه‌ریزی کنند - و همچنین به‌عهده خود مردم تا تولید داخلی افزایش پیدا کند.»

این فرمایشات رهبری راه را به ما نشان می‌دهد. با نگاهی به بیانات رهبر فرزانه انقلاب می‌توان به یک برنامه‌ریزی و سیاستگذاری روشن در حمایت از تولید، تبلیغ، معرفی و فروش کالای ایرانی رسید، با این حال متأسفانه کج‌سلیقگی‌ها باعث شده شاهد تبلیغات نازل‌ترین کالاهای از نظر کیفیت به اسم کالای ایرانی باشیم.

اصالت آن نام برده می‌شود که هر کس نداندن فکر می‌کند تمام دنیا

اکنون نشنه استفاده از این کالا هستند اما واقعیت این است که کالایی که در این آگهی بازرگانی تبلیغ می‌شود، یک کالای بسیار بی‌کیفیت است که سازندگان این نوع کالاها فقط به زور تبلیغات و استفاده از کلمه‌های قلمبه و سلمبه و با تخفیف‌های عجیب و غریب و... سعی در معرفی و فروش آن دارند. حال این که واقعاً سطح چنین کالایی که حتی می‌تواند توسط یک دانش‌آموز رشته فنی و حرفه‌ای یا کار‌دانش به عنوان کار کلاسی تولید شود، به حدی پایین است که اصلاً ارزش تبلیغات ندارد چه برسد به این که این کالا را به اسم کالای

۳) برای تبلیغ کالای بااصالت ایرانی مایه بگذاریم

حمیدرضا بهادری کارشناس تبلیغات و رسانه می‌گوید: تبلیغات در صدا و سیما هزینه بسیار بالایی دارد، خصوصاً اگر این تبلیغات در زمان‌های مناسب مثل بین دو نیمه فوتبال‌های جام جهانی باشد و یا یک سریال پرطرفدار و یا یک فیلم سینمایی دیدنی. آن وقت دیگر هر فرد آگهی‌دهنده باید برای پخش این آگهی حداقل چند ده میلیون تومان یا چند صد میلیون تومان کنار بگذارد.

او می‌افزاید: این در حالی است که بسیاری از تولیدکنندگان داخلی که با انواع مشکلات در بازار دست و پنجه نرم می‌کنند توان پرداخت چنین رقم‌های سنگینی را ندارند، از این رو بهتر است رسانه‌ها و خصوصاً صدا و سیما در سالی که به نام سال حمایت از کالای ایرانی

از سوی رهبر انقلاب نامگذاری شده، تخفیف‌ها و تسهیلات ویژه‌ای



برندسازی و بسته‌بندی مناسب را فراموش نکنیم

او در ادامه به نقش تولیدکنندگان کالاهای داخلی نیز اشاره می‌کند و می‌افزاید: در کنار کج‌سلیقگی رسانه‌ها خصوصاً رسانه ملی در خصوص کالاهای تولید داخل، تولیدکنندگان داخلی نیز ضعف‌های بسیار زیادی دارند؛ که یکی از مهم‌ترین ضعف‌های آن‌ها عدم توجه به برندسازی محصول است.

بهادری می‌گوید: تولیدکنندگان داخلی، به برندسازی بی‌توجه هستند در حالی که برندسازی می‌تواند کیفیت کالا را بالا ببرد و در حال حاضر بسیاری از شرکت‌های تولیدی، نان برند و نام خود را می‌خورند.

این کارشناس تبلیغات و بازاریابی ادامه می‌دهد: تبلیغات مهم‌ترین نقطه ضعف تولیدکنندگان داخلی است، تبلیغات کالاهای تولید داخل با بسیار ضعف است؛ با الگوبرداری از کشورهای دیگر است، در حالی که تولید کالای باکیفیت و تبلیغات خوب می‌تواند به افزایش مصرف کالا در بازار کمک کند. بهادری در بخش دیگری از صحبت‌های خود می‌افزاید: غفلت از بسته‌بندی ضعف دیگر تولیدکنندگان داخلی است، امروزه صنعت بسته‌بندی و چاپ در دنیا پیشرفت زیادی کرده و با استفاده از این صنعت، بسیاری از کالاهای تولیدی با شکل بسیار مناسبی در بازار به فروش می‌رسد، با این حال تولیدکنندگان ما از این مسئله مهم غافلند.

او در ادامه با ذکر مثالی می‌گوید: به عنوان مثال در محصولات کشاورزی تولید داخل، ضعف بسته‌بندی و غفلت از این مهم باعث شده تا برخی از محصولات تولیدی ما مانند خرما و

ایرانی تبلیغ کنیم و به فروش برسانیم. مقام معظم رهبری امسال را سال «حمایت از کالای ایرانی» نامگذاری کردند و معظم‌له در این نامگذاری اهدافی را دنبال می‌کنند و ساز و کارهای اجرایی این شعار را در اولین روز از سال ۹۷ برای مردم و مسئولان تبیین کردند. ایشان در نامگذاری امسال به نام سال حمایت از کالای ایرانی به دنبال تقویت تولید ملی، ترویج فرهنگ استفاده از کالای ایرانی و در نهایت بی‌نیازی از مصرف کالاهای خارجی هستند، با این حال برخی کالاهای تولید داخل با کیفیت بسیار نازل و از آن بدتر با تبلیغات کاذب باعث می‌شود تا اعتماد به مصرف کالای ایرانی کم‌رنگ شود.

برای معرفی کالاهای ایرانی در نظر بگیرند.

بهادری ادامه می‌دهد: گاهی اوقات در تبلیغات صدا و سیما که به اسم کالای ایرانی پخش می‌شود، شاهد استفاده از ابزار و لوازم و حتی البسه خارجی هستیم آن وقت چطور می‌توان انتظار داشت که فرهنگ استفاده از کالای ایرانی در بین مردم ترویج شود. این کارشناس تبلیغات و بازاریابی می‌افزاید: برخی از کالاهایی که به اسم کالای ایرانی در صدا و سیما تبلیغ می‌شود، کالاهایی هستند که از نظر کیفیت در درجه بسیار پایینی قرار دارند و شأن کالای ایرانی را پایین می‌آورد. او می‌گوید: در تبلیغات باید با روشناسی مناسب مخاطب را برای خرید کالا و استفاده از خدمات ترغیب کرد، با این حال برخی از کالاهایی که تبلیغ می‌شود، به حدی نازل و بی‌کیفیت هستند که معرفی آنها به نام کالای ایرانی شأن کالاهای تولید داخل را پایین می‌آورد.



زعفران بعد از صادرات فله‌ای با استفاده از بسته‌بندی زیبا به نام کشورهای دیگر به اروپا صادر شود.

بهادری می‌گوید: زعفران ایرانی یک محصول ارزشمند تولید داخلی است که به صورت فله‌ای یا با بسته‌بندی نامناسب صادر می‌شود و در کشورهای همسایه با استفاده از بسته‌بندی و چاپ به برندی دیگر و با بسته‌بندی زیبا به اسم آن کشور حتی به کشورهای اروپایی صادر می‌شود و این مسئله درباره خرما و دیگر محصولات کشاورزی تولید داخل نیز صدق می‌کند.

این کارشناس تبلیغات و بازاریابی در ادامه صحبت‌های خود می‌گوید: این موضوع درباره برخی از صنایع دستی تولید داخل نیز صدق می‌کند، محصولات زیبایی صنایع دستی ایرانی، به عنوان ایرانی‌ترین کالا که صفر تا صد آن در داخل تولید می‌شود و در هر شهر و روستا شاهد تولید انواع صنایع دستی زیبایی ایرانی هستیم، بعد از صادرات به صورت فله‌ای و یا با بسته‌بندی نامناسب، توسط کشورهای مختلف بسته‌بندی مناسب شده و دوباره صادر می‌شود. او می‌افزاید: همه باید به این باور برسیم که حمایت از کالای ایرانی و تولید داخل یک امر مهم و وظیفه‌ای ملی است که می‌تواند به رونق اقتصادی، اشتغال‌زایی و درآمدزایی و از همه مهم‌تر جلوگیری از خروج ارز از کشور کمک کند. همه وظیفه دارند تا از کالای ایرانی حمایت کنند، از تولیدکننده‌ای که باید کالای باکیفیت بسازد تا رسانه‌ای که باید به شکل مناسبی این کالا را تبلیغ کند و شهروندی که با افتخار و البته باطمینان باید کالای تولید داخل را مصرف کند. آن وقت است که می‌توانیم با افتخار همه جا از تولید و مصرف کالای ایرانی صحبت کنیم.

د

تبلیغات در صدا و سیما هزینه بسیار بالایی دارد، این در حالی است که بسیاری از تولیدکنندگان داخلی که با انواع مشکلات در بازار دست و پنجه نرم می‌کنند توان پرداخت چنین رقم‌های سنگینی را ندارند، از این رو بهتر است رسانه‌ها و خصوصاً صدا و سیما در سالی که به نام سال حمایت از کالای ایرانی از سوی رهبر انقلاب نامگذاری شده، تخفیف‌ها و تسهیلات و یژه‌ای برای معرفی کالاهای ایرانی در نظر بگیرند

سبک مصرف



۸ راه صرفه‌جویی در مصرف انرژی و کاهش هزینه‌های خانواده

پس انداز میلیونی با کاهش تولید دی‌اکسید کربن

■ محمدرضا سهیلی‌فر

اگر در مصرف انرژی صرفه‌جویی کنید، نه تنها میلیون‌ها تومان پول پس‌انداز می‌کنید، بلکه نیاز به سوخت‌های فسیلی مثل نفت، بنزین و گازهای طبیعی را نیز کاهش می‌دهید. سوختن کمتر سوخت‌های فسیلی به معنی دفع دی‌اکسید کربن کمتر است که جزو مهم‌ترین علل گرم شدن کره زمین و سایر آلاینده‌ها و در عین حال معیار مناسبی برای کاهش مصرف انرژی است. نیازی نیست برای صرفه‌جویی در این سوخت‌ها دست از مصرف بکشید. امروزه مصرف‌کننده‌ها قدرت و انتخاب واقعی برای تغییر مصرف انرژی خود را دارند. با اجرای هشت راهکار زیر می‌توانید مصرف سالانه خود را کاهش دهید و به اقتصاد خانواده کمک کنید.

۱- دقت در خرید و استفاده از لوازم برقی خانگی

استفاده کنید. این دوش‌ها قدرت زیادی دارند و برای آبگرمکن‌های برقی تا ۱۳۵ کیلوگرم و برای آبگرمکن‌های گازی تا ۳۶ کیلوگرم دی‌اکسید کربن کمتر در سال تولید می‌کند.

۳- استفاده از لامپ کم‌مصرف

از لامپ‌های کم‌مصرف استفاده کنید. گرچه قیمت اولیه خرید این لامپ‌ها بیشتر است اما با مصرف در صد کمتری انرژی نسبت به یک لامپ معمولی در درازمدت پول زیادی برایتان پس‌انداز می‌کند و تا ۸ تا ۱۲ مرتبه بیشتر عمر می‌کند. این لامپ‌ها همان میزان نور را تولید می‌کنند ولی فقط ۱۰ درصد انرژی مصرفی یک لامپ عادی برای تولید نور استفاده می‌کنند. اگر هر خانواده یکی از لامپ‌های معمولی خود را با این لامپ‌ها جایگزین کند، می‌توان همان میزان انرژی که یک کارخانه انرژی هسته‌ای در سال تولید می‌کند، پس‌انداز کرد. در یک خانه معمولی، یک لامپ کم‌مصرف می‌تواند تا ۱۱۷ کیلوگرم دی‌اکسید کربن کمتر در سال تولید کند.

۴- تجدیدنظر در نحوه‌آب‌اب و ذهاب

در صورت امکان مسیجرهای رفت و آمد خود را با دوش‌چرخه، پیاده یا وسایل نقلیه عمومی بپیمایید. هر چهار لیتر بنزینی که صرفه‌جویی شود، از تولید ۱۰ کیلوگرم دی‌اکسید کربن جلوگیری می‌کند. به‌عنوان مثال اگر اتومبیل شما در ازای هر لیتر بنزین ۱۵ تا ۲۰ کیلوستر راه می‌رود و شما رانندگی سالانه خود را از ۱۲۰۰۰ کیلومتر به ۱۰۰۰۰ کیلومتر کاهش دهید، باعث خواهید شد حدود ۴۰۰ کیلوگرم دی‌اکسید کربن کمتر تولید شود. اگر می‌خواهید ماشین بخرید، ماشینی انتخاب کنید که مصرف سوخت آن پایین باشد تا تولید دی‌اکسید کربن سالانه کاهش یابد.

۵- کاهش ضایعات خانه

با مصرف محصولاتی که بسته‌بندی آنها قابل استفاده مجدد است و بازیافت آنها، ضایعات خود را کاهش دهید. چنانچه ضایعات خشک را به مراکز بازیافت تحویل دهید، به ازای هر کیلو ضایعاتی که کاهش می‌یابد یا بازیافت می‌شود، در مصرف انرژی صرفه‌جویی شده و از تولید دی‌اکسید کربن کاسته می‌شود. تولید محصولاتی که با مواد قابل بازیافت ساخته شده‌اند در محصولات کاغذی ۳۰ تا ۵۵ درصد، جداره از اتلاف انرژی جلوگیری کند. این کار آلومینیوم ۹۰ درصد، موجب کاهش استفاده از مواد اولیه می‌شود.

۶- عایق کاری دیوارها و سقف خانه

در صورت امکان دیوارها و سقف خانه را عایق کنید. این کار می‌تواند ۲۰ تا ۳۰ درصد از مبلغ قبوض خانه بکاهد و تولید دی‌اکسید کربن را تا ۹۰۰ کیلوگرم در سال پایین آورد. شش درصد تولید دی‌اکسید کربن مربوط به روش صنعتی این امکان را می‌دهد تا با نصب لایه‌های مختلف داخل دیوارها، عایق‌بندی گرمایی و سرمایی مناسبی ایجاد شود. اگر در آب و هوای سرد‌تر زندگی می‌کنید، عایق‌بندی شما باید محکم‌تر باشد.

۷- تعویض پنجره‌ها

پنجره‌های خانه را مدرنیزه کنید. تعویض پنجره‌های کنونی با شیشه‌های دوجداره برای خانه‌هایی که گرمایش گازی دارند چهار تن دی‌اکسید کربن کمتر در سال تولید می‌کند.

۸- نحوه رنگ آمیزی دیوارها

اگر در آب و هوای گرم زندگی می‌کنید دیوارهای خانه را رنگ روشن بزنید و اگر در آب و هوای سرد زندگی می‌کنید دیوارها را تیره نقاشی کنید. این کار تا سه تن دی‌اکسید کربن کمتر در سال تولید خواهد کرد.

برگرفته از سایت:
blog.constellation